

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN ONLINE
CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA SMALL BUSINESS ONLINE KEJUTBYPUGO DI KOTA
BEKASI**

SKRIPSI

OLEH :

PUGO BAYU PRABOWO

202110325334



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : PENGARUH *SOCIAL MEDIA*
MARKETING DAN *ONLINE CUSTOMER*
REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *SMALL BUSINESS*
ONLINE KEJUTBYPUGO DI KOTA
BEKASI.

Nama Mahasiswa : Pugo Bayu Prabowo

Nomo Pokok Mahasiswa : 202110325334

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 07 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

Dr. Dewi Sri Woelandari P.G, S.M., M.Sc

NIDN: 0327037601

NIDN: 0303017106

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *SMALL
BUSINESS ONLINE* KEJUTBYPUGO DI KOTA
BEKASI.**

Nama Mahasiswa : **Pugo Bayu Prabowo**

Nomo Pokok Mahasiswa : **202110325334**

Program Studi / Fakultas : **Manajemen / Ekonomi dan Bisnis**

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **07 Februari 2025**

Jakarta, 14 Februari 2025
MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : **Neng Siti Komariah, S.E., M.M**
NIDN. 0327128105

Sekretaris Tim Penguji : **Haryudi Anas, S.E., M.S.M**
NIDN. 0317117801

Penguji : **Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M**
NIDN. 0327037601

[Handwritten signatures of the examiners]

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Pugo Bayu Prabowo
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325334
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 05 Mei 2003
Alamat : Ujung Harapan Gg. Musholla Al. Mukhtar RT.007
RW.017 Kec. Babelan Kel. Bahagia Kab. Bekasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul "PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SMALL BUSINESS ONLINE KEJUTBYPUGO DI KOTA BEKASI". Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 12 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan



Pugo Bayu Prabowo

202110325334

ABSTRAK

Pugo Bayu Prabowo 202110325334. Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Small Business Online* Kejutbypugo di Kota Bekasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan pengaruh *Social Media Marketing* (X_1) dan *Online Customer Review* (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) *Small Business Online* Kejutbypugo di Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan metode Kuantitatif untuk mengumpulkan data dari responden yang terlibat dalam pembelian produk secara online. Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner. Populasi penelitian ini adalah para pengikut Instagram Kejutbypugo. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90 reponden sesuai dengan jenis sampel yang digunakan yaitu sampel jenuh. Pengujian instrument penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan SPSS versi 26.0. berdasarkan hasil penelitian, dalam uji t (parsial) *Social Media Marketing* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang mempunyai nilai $t_{hitung} 7,215 > 1,987 t_{tabel}$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$, *Online Customer Review* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang mempunyai nilai $t_{hitung} 12,768 > 1,987 t_{tabel}$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$. Selanjutnya dalam uji f (simultan) variabel *Social Media Marketing* (X_1) dan *Online Customer Review* (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang mempunyai nilai $f_{hitung} 84,089 > 3,10 f_{tabel}$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$. Kemudian uji determinasi (R^2) dihasilkan bahwa korelasi antara variabel *Social Media Marketing* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian sebesar 65,1%.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Pugo Bayu Prabowo 202110325334: *The Influence of Social Media Marketing and Online Customer Reviews on Purchasing Decisions at the Small Business Online Kejutbypugo in Bekasi City.*

This research aims to determine partially and simultaneously the influence of Social Media Marketing (X_1) and Online Customer Reviews (X_2) on Purchasing Decisions (Y) of the Small Business Online Kejutbypugo in Bekasi City. This research uses a quantitative approach to collect data from respondents who are involved in purchasing products online. Data collection in this research used a questionnaire. The population of this research is the Instagram followers of Kejutbypugo. The number of samples used in this research was 90 respondents according to the type of sample used, namely saturated samples. Testing the research instrument used validity and reliability tests with SPSS version 26.0. based on research results, in the t test (partial) Social Media Marketing (X_1) has a significant effect on Purchasing Decisions which has a t value of $7.215 > 1.987$ t table with a significance of $0.00 < 0.05$, Online Customer Review (X_2) has a significant effect on Purchasing Decisions which has a t value of $12.768 > 1.987$ t table with a significance of $0.00 < 0.05$. Furthermore, in the f test (simultaneous) the variables Social Media Marketing (X_1) and Online Customer Review (X_2) together have a significant effect on Purchasing Decisions (Y) which has a calculated f value of $84.089 > 3.10$ f table with a significance of $0.00 < 0.05$. Then the determination test (R^2) resulted in the correlation between the Social Media Marketing and Online Customer Review variables on Purchasing Decisions of 65.1%.

Keywords: *Social Media Marketing, Online Customer Reviews, Purchase Decisions*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *SMALL BUSINESS ONLINE* KEJUTBYPUGO DI KOTA BEKASI” dengan tepat waktu.

Skripsi ini disusun sebagai persyaratan untuk mendapat gelar sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen konsentrasi Pemasaran. Selain itu, skripsi ini bertujuan untuk menambah wawasan mengenai variabel yang akan diteliti yaitu *Social Media Marketing*, *Online Customer Review* dan Keputusan Pembelian bagi para pembaca dan juga penulis. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya..
2. Kepada Bapak Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Kepada Ibu Dr.Dovina Navanti, S.T., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

4. Kepada Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dr. Dewi Sri Woelandari P.G, S.M., M.Sc selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberi bimbingan, dukungan serta ilmu dalam menyelesaikan skripsi.
5. Kepada Seluruh Staff dan Dosen Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen yang telah membantu dan memberikan ilmu kepada saya.
6. Kepada Bapak Dody Kurniawan, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik kelas A06 Manajemen angkatan 2021. Penulis berterima kasih atas motivasi dan bimbingannya selama masa perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan tepat waktu.
7. Superhero dan Panutanku, Ayahanda Muh Marsidan, terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan. Namun, beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
8. Pintu surgaku, Ibunda Sariah, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta doa hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
9. Kepada abang saya Wiwid Wahyu Prasetyo, terima kasih banyak atas dukungannya secara materil maupun moril, terima kasih juga atas segala

dukungannya yang diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

10. Kepada sahabat tercinta saya Ahmad Fauzi Zein dan Faqih Maulana Ardi, terima kasih banyak selalu ada dalam titik terendah saya dan terima kasih telah menjadi pendengar setia dalam menjalani hidup.
11. Kepada teman-teman saya Anisah, Ridwan Fadhilah, Juventiana Wahani, Niken Yulianti, Fitria Chopifah, Fachrurrozie, Ardhita Indah C, Bulan Fitri A, Indah Cahyati N, Rizqia Naurah Z dan masih banyak teman perkuliahan yang telah memberikan dukungan, motivasi dan tempat keluh kesah serta memberikan semangat yang luar biasa dari awal masuk perkuliahan di semester satu sampai penulis menyelesaikan studinya sampai sarjana, terimakasih selalu ada dalam setiap masa-masa sulit penulis.
12. Kepada teman seperbimbingan saya Fachrurrozie yang selalu berdiskusi memberikan saran dalam penulisan skripsi ini.
13. Kepada teman-teman kelas A06 Manajemen angkatan 2021 yang telah memberikan warna selama di perkuliahan ini hingga penyusunan skripsi.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.
15. Untuk Pugo Bayu Prabowo, Terimakasih sudah mau menepikan ego dan memilih untuk kembali bangkit dan menyelesaikan semua ini untuk menjadi sarjana pertama di keluarga kamu. Penulis tahu seberapa besar rintangan yang

kamu alami selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini. Kamu selalu berharga, tidak peduli seberapa banyak kamu sudah bertahan. Penulis berjanji bahwa kamu akan baik-baik saja setelah semua ini.

Jakarta, 12 Februari 2025

Pugo Bayu Prabowo



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	18
BAB II TELAAH PUSTAKA	22
2.1 Telaah Teoritis.....	22
2.1.1 Manajemen Pemasaran	22
2.2 Keputusan Pembelian	23
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.2.2 Indikator Keputusan Pembelian	24
2.2.3 Dimensi Keputusan Pembelian.....	25
2.2.4 Proses Keputusan Pembelian	26
2.3 Online Customer Review	27
2.3.1 Pengertian Online Customer Review	27
2.3.2 Faktor-faktor Online Customer Review.....	28

2.3.3	Indikator Online Customer Review	28
2.3.4	Dimensi Online Customer Review	29
2.4	Social Media Marketing.....	30
2.4.1	Pengertian Social Media Marketing	30
2.4.2	Faktor-faktor Social Media Marketing	31
2.4.3	Indikator <i>Social Media Marketing</i>	32
2.4.4	Dimensi Social Media Marketing	34
2.5	Telaah Empiris	35
2.6	Kerangka Konseptual	42
2.7	Hipotesis Penelitian	44
2.7.1	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	45
2.7.2	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian	45
2.7.3	Pengaruh Social Media Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		48
3.1	Desain Penelitian	48
3.2	Tahapan Penelitian	48
3.2.1	Tahapan Perencanaan	49
3.2.2	Tahapan Pelaksanaan	49
3.2.3	Tahapan Penulisan Laporan Penelitian	49
3.3	Model Konseptual	49
3.4	Metode Pengumpulan Populasi dan Sampel	51
3.4.1	Populasi.....	51
3.4.2	Sampel.....	51
3.5	Jenis dan Sumber Data	52
3.6	Operasional Variabel	52
3.7	Skala Pengukuran	54

3.8 Uji Keabsahan Data	54
3.8.1 Uji Validitas.....	54
3.8.2 Uji Reliabilitas	55
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	55
3.9.1 Uji Normalitas	55
3.9.2 Uji Multikolinearitas.....	56
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas.....	56
3.10 Analisis Regresi Linear	57
3.10.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
3.11 Uji Hipotesis.....	58
3.11.1 Uji Kelayakan (Uji f).....	58
3.11.2 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	58
3.11.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	61
4.1.1 Profil Small Business Online Kejutbypugo	61
4.1.2 Logo Kejutbypugo.....	61
4.1.3 Visi dan Misi Kejutbypugo	63
4.1.4 Produk dan Layanan	63
4.2 Hasil Penelitian.....	64
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	64
4.3 Uji Keabsahan Data	67
4.3.1 Uji Validitas.....	67
4.3.2 Uji Reliabilitas	70
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	72
4.4.1 Uji Normalitas	72

4.4.2 Uji Multikolineritas.....	73
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
4.6 Uji Hipotesis.....	76
4.6.1 Uji t (Uji Parsial)	76
4.6.2 Uji f (Uji Simultan).....	78
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	79
4.7 Hasil dan Pembahasan Penelitian	80
4.7.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	80
4.7.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian	82
4.7.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> dan <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian	83
BAB V PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	86
5.3 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pengguna Social Media Terbanyak Di Indonesia	3
Tabel 1. 2 Pra Survei Social Media Marketing Produk Kejutbypugo	12
Tabel 1. 3 Pra Survei Online Customer Review Produk Kejutbypugo	12
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	52
Tabel 3. 2 Skala Likert Penelitian.....	54
Tabel 4. 1 Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	65
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	67
Tabel 4. 5 Uji Validitas Social Media Marketing (X₁)	68
Tabel 4. 6 Uji Validitas Online Customer Review (X₂).....	69
Tabel 4. 7 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	70
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Social Media Marketing (X₁)	70
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Online Customer Review (X₂).....	71
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	71
Tabel 4. 11 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov	72
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4. 13 Hasil Uji Linear Berganda	75
Tabel 4. 14 Hasil Uji t (Parsial) Social Media Marketing (X₁).....	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji t (Parsial) Online Customer Review (X₂)	77
Tabel 4. 16 Hasil Uji f (Simultan)	79
Tabel 4. 17 Uji Koefisien Determinasi (R²).....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Tren Internet dan Media Sosial 2020 di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Waktu Sehari-hari Yang Dhabiskan dengan media.....	2
Gambar 1. 3 Daftar Media Sosial Pengguna Terbanyak di Indonesia 2024.....	4
Gambar 1. 4 Faktor Utama Pendorong Belanja Online di Indonesia	7
Gambar 1. 5 Metode Pembayaran Belanja Online Paling Banyak Dipakai	8
Gambar 1. 6 Social Media Instagram Kejutbypugo.....	11
Gambar 1. 7 Online Customer Review by Instagram Kejutbypugo	16
Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian	26
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual.....	43
Gambar 3. 1 Model Konseptual Penelitian	50
Gambar 4. 1 Logo Kejutbypugo	62
Gambar 4. 2 Uji Normalitas P-Plot.....	73
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Uji Plagiarisme

Lampiran 2. Uji Referensi Skripsi

Lampiran 3. Lembar Kuesioner

Lampiran 4. Tabulasi Data Responden

Lampiran 5. Hasil Uji Output

Lampiran 6. Tabel r

Lampiran 7. Tabel t

Lampiran 8. Tabel f

Lampiran 9. Buku Bimbingan

Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup

